

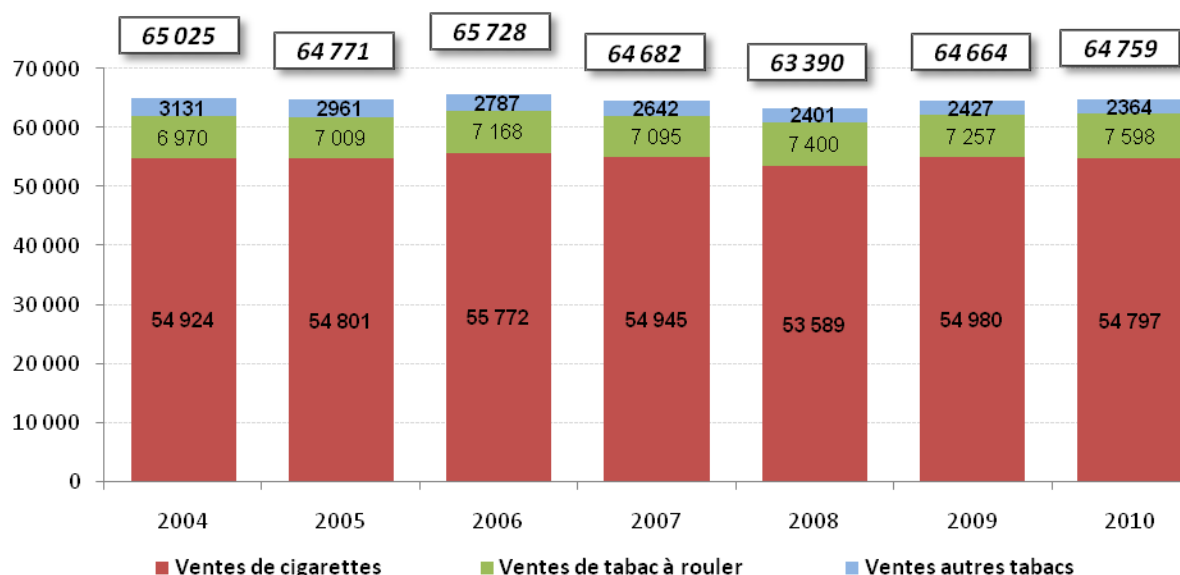
## Tabagisme et arrêt du tabac en 2010

Les bilans annuels du tableau de bord tabac ([www.ofdt.fr](http://www.ofdt.fr))<sup>1</sup> donnent une vue synthétique de l'évolution récente des principaux indicateurs liés au tabagisme, à la prise en charge des fumeurs et aux actions de prévention et d'information. Ce bilan 2010 constitue la 6<sup>ème</sup> édition de cet exercice.

### *Les ventes de cigarettes stagnent mais celles de tabac à rouler repartent à la hausse*

Les ventes de tabac en France métropolitaine ont très légèrement augmenté en 2010 pour atteindre un total de 64 759 tonnes<sup>2</sup>, soit une hausse de 0,1 % par rapport à 2009 (*graphique 1*). Cette évolution est surtout liée à l'augmentation des ventes de tabac à rouler (+ 4,7 %), celles des cigarettes étant restées quasiment stables (-0,3 %). Les ventes des autres types de tabac ont quant à elles reculé de 2,6 %. Ainsi, après avoir perdu des parts de marché en 2009, le tabac à rouler progresse à nouveau et représente 11,7 % des ventes en 2010 : malgré une hausse plus importante de son prix (+ 34 centimes contre + 30 centimes pour les cigarettes, sur le prix moyen de la marque la plus vendue), il reste toujours meilleur marché<sup>3</sup>, encourageant probablement une partie des fumeurs à reporter sa consommation sur ce type de produit (*graphique 3*).

**Graphique 1. Ventes totales de tabac (en tonnes) et répartition entre cigarettes, tabac à rouler et autres tabacs (source : Altadis/DGDDI)**



Sur le moyen terme, depuis le recul en 2003-2004 consécutif aux fortes hausses de prix, le niveau global des ventes est resté quasi identique. Cette relative stabilité semble cohérente avec les premiers résultats du Baromètre Santé 2010, qui indique une augmentation du nombre de fumeurs parmi les 15-75 ans (33,6 % vs 31,8 % en 2005), compensée par une baisse du nombre moyen de cigarettes fumées quotidiennement (13,9 vs 15,4 en 2005). Ainsi, les quantités de cigarettes vendues en 2010 sont sensiblement les mêmes qu'en 2004 ; la progression a surtout concerné le tabac à rouler (+ 9 %), au détriment de la catégorie « autres tabacs ».

<sup>1</sup> Voir la présentation en fin de document du Tableau de bord.

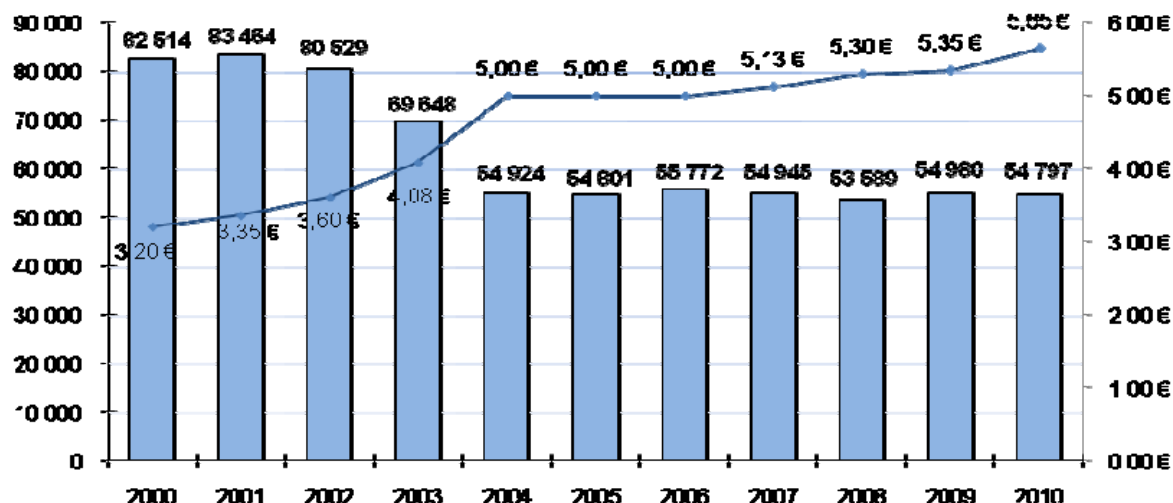
<sup>2</sup> Le poids moyen d'une cigarette manufacturée est sujet à discussion : ici, le poids retenu est d'un gramme, ce qui est probablement un peu surestimé. De ce fait, les estimations du volume de tabac vendu peuvent varier. Une réflexion est en cours pour réévaluer ce choix.

<sup>3</sup> A titre de comparaison, un gramme de tabac en cigarette coûte en moyenne 28,25 centimes d'euros contre 17,3 centimes pour du tabac à rouler.

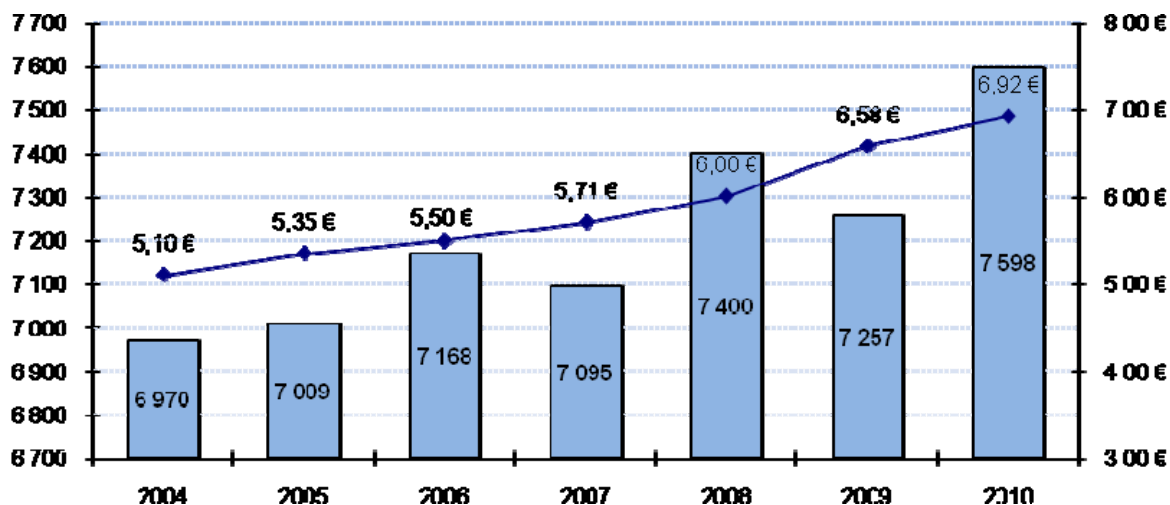
L'évolution des prix influence fortement celle des ventes de cigarettes dans le réseau buraliste français : lorsqu'ils sont stables (2005-2006), les achats tendent à augmenter et lorsqu'ils sont en hausse (2007-2008), les ventes suivent la tendance inverse (*graphique 2*). Cependant, les deux augmentations successives de prix de 6 % en novembre 2009 et 2010 n'ont eu pour effet que de stabiliser les ventes, favorisant au passage la progression du tabac à rouler. Ces hausses auraient dû provoquer une diminution beaucoup plus marquée des ventes en France, soit par la réduction de la consommation des fumeurs, soit par l'augmentation des achats transfrontaliers.

Selon les industriels du tabac, les hausses significatives de prix en Espagne auraient réduit l'intérêt financier à traverser la frontière. La progression parallèle (et sensible, jusqu'à 7,5 % pour les cigarettes et 19,5 % pour le tabac à rouler) des ventes dans les départements du sud-ouest entre 2009 et 2010 semble confirmer le fait que les fumeurs français ont été moins nombreux à s'approvisionner en Espagne. Ainsi, la tendance à la diminution des ventes provoquée par les augmentations des prix français aurait été contrebalancée par une relocalisation partielle des achats sur le territoire français.

**Graphique 2. Ventes de cigarettes (en millions d'unités) et prix annuel moyen des cigarettes de la classe plus vendue (source : Altadis/DGDDI)**



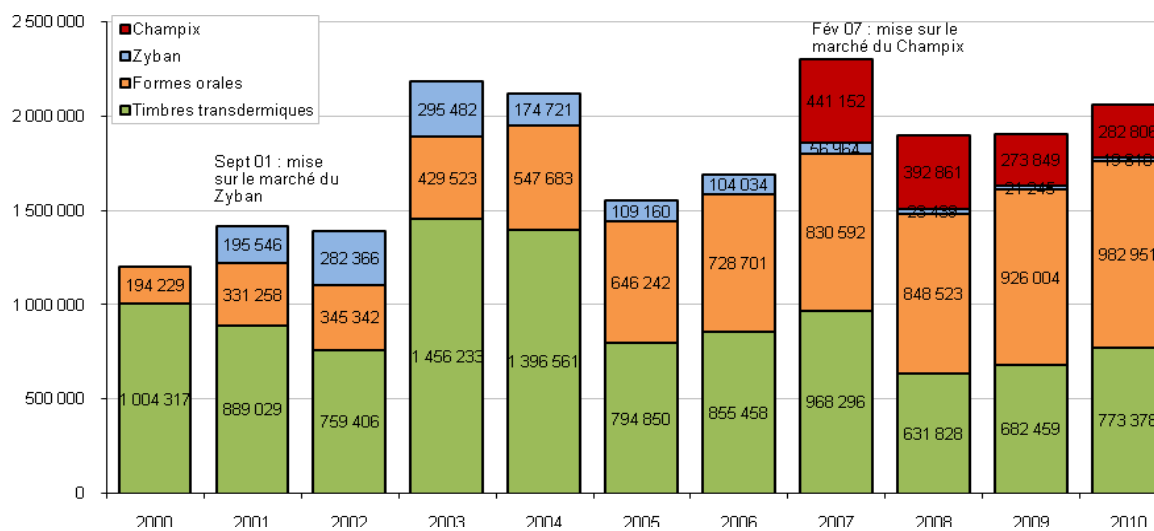
**Graphique 3. Ventes annuelles de tabac à rouler (en tonnes) et prix annuel moyen du paquet de tabac à rouler de la classe la plus vendue (source : Altadis/DGDDI)**



### Les traitements pour l'arrêt du tabac augmentent sensiblement, particulièrement les timbres transdermiques

Sur l'ensemble de l'année 2010, les ventes en officines de ville de traitements pour l'arrêt du tabac enregistrent une augmentation sensible par rapport à 2009 : on compte 2 082 056 « patients traités »<sup>4</sup> contre 1 930 655 en 2009, soit 7,8 % de plus (graphique 4). Cette progression est principalement due aux ventes du 1<sup>er</sup> trimestre et du mois de septembre, deux périodes traditionnellement propices aux décisions d'arrêt et durant lesquelles les laboratoires ont mis sur le marché plusieurs nouveaux produits.

**Graphique 4. Ventes de traitements pour l'arrêt du tabac, en équivalent "nombre de patients traités"**  
(source : GERS)



En 2010, les substituts nicotiniques, sous forme orale ou transdermique, continuent de voir progresser leurs ventes en équivalent « patients traités » (+ 9,2 % au total). Parallèlement, les ventes de Champix repartent en légère hausse alors que le Zyban devient marginal sur le marché français. Néanmoins, le partage des parts de marché évolue peu par rapport à 2009 : les substituts nicotiniques sous forme orale restent le type de traitement le plus plébiscité, suivis des timbres transdermiques. Plus précisément, les évolutions sont les suivantes :

- Les ventes de substituts sous forme orale augmentent de 6,1 % en équivalent « patients traités » mais leur part dans les traitements<sup>5</sup> est en légère baisse, passant de 48 % en 2009 à 47,2 % en 2010.
- Les ventes de timbres transdermiques sont elles aussi en nette hausse en nombre de patients traités (+ 13,3 %). C'est par ailleurs la seule forme dont la part de marché progresse : ils représentent 37,1 % des traitements en 2010 contre 35,3 % en 2009. Mais on reste loin du niveau de ventes record atteint en 2003, presque deux fois supérieur.
- Les ventes de Champix®, qui avaient connu une baisse rapide après la mise sur le marché en 2007, se stabilisent et augmentent même légèrement (+ 3,3 % par rapport à 2009), bien que sa part dans les traitements recule de 14,2 % à 13,6 %. Ce bilan mitigé peut s'expliquer par les possibles effets secondaires de la varénicline<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> On opère une traduction des ventes brutes de ces médicaments en nombre de mois de traitement. La durée moyenne de traitement est ici estimée à un mois (compte tenu des échecs précoces), soit 60 comprimés de Zyban® ou de Champix®, 30 timbres transdermiques ou 300 formes orales (estimation OFT). De fait, un mois de traitement équivaut à un patient traité.

<sup>5</sup> Les parts dans les traitements (ou « parts de marché ») sont aussi calculées en équivalent mois de traitement.

<sup>6</sup> La varénicline est le principal composant actif du Champix® : la pharmacovigilance a mis en avant des effets secondaires, tels que des problèmes cardiaques et des troubles dépressifs, non mentionnés dans un premier temps. Cf. <http://www.afssaps.fr/Infos-de-securite/Communiqués-de-presse/Champix-R-tartrate-de-varénicline-point-d-information>. L'Afssaps a renforcé en février 2011 le suivi de pharmacovigilance sur le Champix.

- Les ventes de Zyban® continuent toujours de diminuer : en équivalent mois de traitement, la diminution est de 6,8 % entre 2009 et 2010 et la part de ce produit, déjà très faible depuis quelques années, s'établit à 0,95 % (contre 1,1 % en 2009)<sup>7</sup>.
- Bien que le nombre de patients traités diminue de 14,7 % par rapport à 2009, les inhalateurs sont aujourd'hui plus utilisés que le Zyban : ils représentent 23 112 « patients traités », soit 1,1 % du marché français (contre 1,4 % en 2009).

*Les consultations de tabacologie : autant de nouveaux patients mais les délais pour un rendez-vous s'allongent*

Depuis 2006, les données relatives à l'activité des consultations de tabacologie<sup>8</sup> sont intégrées au tableau de bord. Pour 2010, l'analyse de l'activité de ces consultations met en lumière les points suivants :

- Le nombre de nouveaux patients dans ces consultations est quasiment stable par rapport à 2009 : ils sont en moyenne 14,6 contre 14,7 l'an dernier.
- Pour ces nouveaux patients, l'initiative de la consultation revient à un professionnel de santé dans 56,5 % des cas (contre 58,2 % en 2009) et au fumeur lui-même dans 38,7 % des cas (contre 37,3 % en 2009).
- Le délai d'attente pour un premier rendez-vous a augmenté en 2010 pour s'établir à 13 jours et demi contre un peu plus de 12 jours en moyenne<sup>9</sup> en 2009.

*L'affluence sur la ligne TIS augmente encore grâce à des campagnes d'information et de prévention efficaces*

En 2010, 48 117 appels concernant l'arrêt du tabac ont été traités en premier niveau<sup>10</sup> par la ligne téléphonique Tabac Info Service (TIS) ; ce sont 15 000 appels de plus qu'en 2009, soit une hausse de 45,3 %. Ce volume d'appels correspond au plus important enregistré depuis l'ouverture de la ligne en 1998<sup>11</sup>. Pour ce qui concerne le second niveau, 20 238 appels ont été traités par des tabacologues, soit 47,4 % de plus qu'en 2009.

Ces appels téléphoniques sont fortement dépendants des campagnes de prévention mises en œuvre par les pouvoirs publics et les associations contre le tabagisme. En 2010, le nombre de jours de campagne d'information publique (c'est-à-dire conduite par l'INPES) est en diminution par rapport à 2009 : 67 jours de campagnes ont été engagés en 2010 contre 81 l'année précédente mais le budget alloué a augmenté, passant de 5,4 à 6,1 millions d'euros, soit 14 % de plus.

Les deux vagues de campagnes ont en fait bénéficié en 2010 d'une diffusion plus concentrée dans le temps mais plus intensive, mobilisant tous les canaux d'information (télé, radio, presse et internet). Cette stratégie semble avoir porté ses fruits puisque la ligne a reçu jusqu'à 800 appels journaliers en période de campagne<sup>11</sup>, contre 132 en moyenne sur l'année. La progression des appels observée durant le premier semestre peut être attribuée à l'effet conjugué de la simplification du numéro (datant du 31 mai 2009) et de la campagne du 31 mai 2010. A partir de l'été, les campagnes radio (visant à promouvoir le dispositif TIS) et télé (incitant à l'arrêt) ont permis de garder un niveau d'appels soutenu, avec un pic au mois d'octobre, durant lequel 2,3 fois plus d'appels sont traités par rapport à 2009. On retrouve les mêmes pics d'activité pour les prises de rendez-vous avec les tabacologues du service.

<sup>7</sup> Tout comme le Champix, le Zyban fait l'objet d'une surveillance particulière par l'Afssaps : le bupropion (substance active du Zyban) est une molécule de type amphétaminique, aussi utilisé comme antidépresseur, comportant des effets secondaires (Cf. <http://www.afssaps.fr/Infos-de-securite/Communiqués-Points-presse/ZYBAN-bupropion-point-sur-les-donnees-de-pharmacovigilance/%28langage%29/fre-FR>).

<sup>8</sup> Le nombre total de centres et de consultations de tabacologie en France est inconnu à ce jour mais l'OFT en recense 679 sur son site au 1<sup>er</sup> mars 2011.

<sup>9</sup> La question du délai d'attente est facultative ; il est calculé sur environ 45 % des dossiers enregistrés chaque mois.

<sup>10</sup> La ligne Tabac Info Service dispose de 2 niveaux de traitement des appels. Le premier adresse de la documentation, répond à des questions simples sur le tabac, et organise la prise de rendez vous avec les tabacologues, qui assurent le niveau 2. Ces derniers accompagnent les fumeurs sur plusieurs entretiens dans leur arrêt du tabac.

<sup>11</sup> Données issues du Bilan d'activité 2010 de Tabac Info Service, disponible sur le site de l'INPES ([www.inpes.sante.fr](http://www.inpes.sante.fr)).

En 2010, environ 72 % des appelants étaient des primo-appelants, une proportion équivalente à celle observée en 2009<sup>11</sup>. Parmi eux, 55,4 % ont bénéficié d'au moins 2 entretiens avec un tabacologue contre 40 % en 2009, le dispositif souhaitant assurer un suivi plus long<sup>11</sup> pour en améliorer l'efficacité. Par ailleurs, près de 37 % des appelants ont connu la ligne Tabac Info Service par le biais des campagnes de prévention, soit une progression de 5,2 points par rapport à 2009<sup>11</sup>.

A la ligne Tabac info service, s'ajoutent les appels reçus par les lignes Drogues info service, Ecoute cannabis et Ecoute alcool, gérés par le GIP ADALIS<sup>12</sup>. En 2010, ces 3 lignes ont reçu 2 537 appels portant sur le tabac, soit une baisse de 12,4 % par rapport à 2009.

Par ailleurs, pour compléter le dispositif, l'INPES a lancé en mai 2005 le site [www.tabac-info-service.fr](http://www.tabac-info-service.fr) qui propose notamment un coaching d'aide à l'arrêt du tabac. En 2009, le site a reçu plus de 650 000 visites et environ 10 000 personnes se sont inscrites au coaching personnalisé. En 2010, plus de 707 000 visites ont été dénombrées (+ 8,5 %) et le coaching a permis de recruter 6 620 fumeurs souhaitant arrêter ou réduire leur consommation.

### Conclusion

L'année 2010 offre un bilan assez mitigé sur le plan du tabagisme : malgré deux augmentations de prix à un an d'intervalle, les ventes de cigarettes sont quasiment stables par rapport à 2009 alors que le tabac à rouler voit ses ventes repartir à la hausse. Cette évolution semble due à l'effet combiné d'un report vers le tabac à rouler, meilleur marché que les cigarettes, et d'une relocalisation partielle des achats en France. Parallèlement, les initiatives d'arrêt (traitements pour l'arrêt du tabac et recours aux tabacologues) sont en augmentation, laissant penser à une volonté plus importante des fumeurs de réduire voire arrêter leur consommation de tabac.

#### \* Le Tableau de bord mensuel du Tabac \*

Depuis avril 2004, l'Observatoire Français des Drogues et des Toxicomanies (OFDT) réunit chaque mois au sein d'un « tableau de bord tabac » plusieurs indicateurs clés. Cet outil permet de suivre l'évolution (d'une partie) du phénomène du tabagisme en France, en complément des enquêtes ou autres statistiques produites dans le domaine.

Destiné à l'origine aux pouvoirs publics, désireux d'évaluer l'impact de leurs mesures, ce récapitulatif permet aussi de mettre à la disposition de tous, institutionnels, associations ou grand public, des données jusque là plus confidentielles et ce, dans des délais rapides (dès la 3<sup>ème</sup> semaine du mois suivant).

Les chiffres de ce tableau de bord sont réunis grâce à : Altadis pour les livraisons de cigarettes aux débitants de France métropolitaine ; la Direction générale des douanes et droits indirects (DGDDI) pour les prix de vente au détail des cigarettes et du tabac à rouler de la classe la plus vendue (publiés au Journal officiel après homologation des douanes), pour leur taux d'imposition et pour les saisies de tabac (données annuelles) ; le Groupement pour l'élaboration et la réalisation de statistiques (Gers) pour les ventes de substituts nicotiques aux officines - hors hôpitaux - par les grossistes répartiteurs ; le Laboratoire de Santé Publique et Informatique Médicale (SPIM) de la Faculté de Médecine Broussais Hôtel-Dieu - Paris pour les informations issues de CDTnet, un dispositif d'informatisation d'une centaine de consultations de tabacologie, essentiellement hospitalières ; l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES) pour le nombre d'appels téléphoniques à la ligne spécialisée Tabac Info Service (TIS) et pour la couverture et le budget de leurs campagnes média (télévision, radio, affichage, presse, média interactifs).

Les chiffres du mois et le récapitulatif des données, souvent depuis 2000, sont accessibles sur Internet, [www.ofdt.fr](http://www.ofdt.fr). Trois graphiques permettent en outre de visualiser les variations mensuelles des ventes de cigarettes, des ventes de substituts nicotiques et du nombre d'appel à TIS et de les comparer aux variations mensuelles des années précédentes. Ces figures ne sont pas reproduites ici mais le lecteur pourra s'y reporter utilement.

<sup>12</sup> ADALIS (Addictions drogues alcool info service)